

Modulhandbuch

Bachelor

Angewandte Medienwissenschaft

Studienordnungsversion: 2011

gültig für das Sommersemester 2020

Erstellt am: 01. Juli 2020
aus der POS Datenbank der TU Ilmenau
Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau
URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-17011

Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.F	Ab- schluss	LP
Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP		
Einführung in die Kommunikationswissenschaft	2	2	0								PL	7
Medienpsychologie, Medienpolitik											PL 60min	8
Medienpolitik	2	0	0								VL	4
Medienpsychologie	2	0	0								VL	4
Kommunikatorforschung		2	2	0							PL	7
Medieninhaltsforschung			1	1	0						SL	5
Virtuelle Welten, Digitale Spiele			2	2	0						PL 90min	7
Medienproduktforschung				2	2	0					PL 90min	7
Rezeptionsforschung				2	2	0					PL	7
Kompetenzfeld Sozialwissenschaftliche Methoden											FP	23
Statistik/Datenanalyse			2	1	1						PL	7
Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Methoden 1											FP	11
Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens	2	0	0								SL	4
Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 1		2	1	1							PL 60min	7
Methodentraining und empirische Methoden 2											MO	5
Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 2 (Qualitative Methoden)				1	0	0					SL	1
Methodentraining				0	1	1					SL	4
Kompetenzfeld Berufsfeldorientierung und Schlüsselqualifikation												
Fachsprache Englisch Medien (C1)	0	2	0	0	2	0					PL	6
Berufsfeldorientierung			0	2	2	0	2	2			PL	8
Fachpraktikum						16					SL	23
Forschungsseminar							0	2	1		PL	8
Medienprojekt						210 h	90 h				PL 1	11
Praxiswerkstatt											FP	10
Praxiswerkstatt 1							0	3	0		PL	5
Praxiswerkstatt 2								0	3	0	PL	5
Kompetenzfeld Medientechnik und Informatik											FP	30
Mathematische Grundlagen	2	2	0								SL	5
Strukturierung multimedialer Informationen		1	0	1							SL	5
Angewandte Medientechnik		2	1	0	2	1	0	0	2		PL	8
Informations- und Kommunikationssysteme						2	1	0			SL	4
Multimedia-Anwendungen											FP	8
Algorithmen und Programmierung	2	0	0								SL 90min	2
Multimedia-Programmierung (Übung)	0	1	0								SL	2
Multimedia-Tools		2	0	1							PL	4
Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht											FP	27
Marketing 1	2	0	0								PL 60min	2
Einführung in das Recht		2	0	0							SL 90min	2
Einführung in das Medienrecht		2	1	0							PL 90min	3
Projektmanagement				1	0	0	0	1	1		PL	7
Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften											FP	6
Grundlagen der BWL			2	1	0						PL 90min	3

Grundlagen der VWL			2 1 0				PL 90min	3
Medienmanagement							FP	7
Medienmanagement 1				2 1 0			SL	3
Medienmanagement 2					2 1 0		PL	4
Bachelor-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium							FP	16
Bachelorarbeit					360 h		BA 6	16
Exposee und Kandidatenseminar					0 1 0		VL	0

Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9138

Prüfungsnummer: 2400379

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jeffrey Wimmer

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2555																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studierende bekommen einen Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikationswissenschaft. Im begleitenden Seminar werden die Inhalte der Vorlesung ergänzt und vertieft.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Die Vorlesung gibt einen ersten Einblick in das System der klassischen Massenmedien (Printmedien, Rundfunk und Internet) und beleuchtet Phänomene öffentlicher Kommunikation. Dabei werden die Grundlagen der Kommunikationswissenschaft als empirische Sozialwissenschaft an der Schnittstelle zwischen theoriegeleiteter Forschung und Gesellschaftskritik einerseits und beruflicher bzw. ökonomischer Praxis andererseits deutlich.

Folgende Fragen stehen im Mittelpunkt:

- Welche Medien gibt es, wie finanzieren sie sich und wer macht sie?
- Wie werden Medien genutzt und wie wirken sie - auf den Einzelnen und die Gesellschaft?
- Was ist Öffentlichkeit und welche Rolle spielen darin Journalismus, Public Relations und Werbung?
- Wie hängen Massenmedien und Individual- bzw. Gruppenkommunikation zusammen, z.B. in den Social Media?

Das Seminar ergänzt und vertieft die Themen der Vorlesung mittels Lektüre wissenschaftlicher Texte, darauf aufbauenden Referaten und gemeinsamen Diskussionen. Im Referat können die Studierenden Präsentationstechniken entwickeln und einüben. Ein Reader mit den zu behandelnden Texten steht zu Beginn des Seminars zur Verfügung.

Medienformen

Vorlesung: Power-Point-Präsentation (auch als Skript)

Seminar: Alle zu lesenden Texte stehen als PDF-Dateien zur Verfügung.

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung 60 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Medienpsychologie, Medienpolitik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 9124

Prüfungsnummer:2400381

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 8

Workload (h):240

Anteil Selbststudium (h):195

SWS:4.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet:2554

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Inhalt

Medienformen

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Medienpolitik

Fachabschluss: über Komplexprüfung alternativ

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9206

Prüfungsnummer: 2400397

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):98			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind befähigt, die grundlegenden Probleme und Lösungsmöglichkeiten der medienpolitischen Gestaltung des Mediensystems in der Bundesrepublik zu verstehen und zu bewerten.

Die Studierenden sind fähig, eine entscheidungstheoretisch basierte Analyse von medienpolitischen Auseinandersetzungen durchzuführen.

Die Studierenden sind in der Lage, Interdependenzen zwischen medientechnologischen Entwicklungen, ökonomischen Rahmenbedingungen sowie den sich verändernden Prozessen von Medienproduktion und Rezeption auf der einen Seite und den Optionen und Restriktionen der medienpolitischen Gestaltung auf der anderen Seite zu erkennen und zu bewerten.

Die Studierenden können medienpolitische Probleme erkennen und Informationen zu den Problemen recherchieren und aufbereiten.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Das Fach vermittelt den Teilnehmern einen Einblick in die verschiedenen Formen der Regulierung, angefangen von Formen der ethischen Selbstregulierung, über unterschiedliche Formen der Media Governance bis hin zu staatlichen Steuerungsmaßnahmen. Behandelt werden Presse, Rundfunk und Internet. Dabei wird auch die internationale Perspektive berücksichtigt. Die Studierenden beschäftigen sich mit einem selbstgewählten konkreten medienpolitischen Problem, rekonstruieren die politische Debatte über das Problem, analysieren es aus einer entscheidungstheoretischen Perspektive und präsentieren ihr Rechercheergebnis in der Veranstaltung.

Medienformen

Power-Point-Präsentationen, studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

Seufert, Wolfgang und Gundlach, Hardy (2012): Medienregulierung in Deutschland: Ziele, Konzepte, Maßnahmen. NOMOS.

Beck, Klaus (2012): Das Mediensystem Deutschlands: Strukturen, Märkte, Regulierung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Puppis, Manuel (2010): Einführung in die Medienpolitik. UVK.

Hachmeister, Lutz & Anschlag Dieter. (2013). Rundfunkpolitik und Netzpolitik. Strukturwandel der Medienpolitik in Deutschland. Köln H.v.Halem

Detailangaben zum Abschluss

Erledigung von Hausaufgaben und Präsentation von Rechercheergebnissen zu aktuellen medienpolitischen Fragestellungen.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Master Medientechnologie 2017

Medienpsychologie

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9207

Prüfungsnummer: 2400398

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):98			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierende lernen in der Vorlesung "Medienpsychologie",

- welche Fragestellungen, Theorien, Methoden und Befunde in der Medienpsychologie einschlägig sind. Sie sollen dieses Wissen sachlich und sprachlich korrekt sowie wohlstrukturiert wiedergeben können.
- medienpsychologische Fachliteratur zu verstehen und sachverständig zu beurteilen.
- ihre eigenen alltagspsychologischen Vorstellungen von akademisch-psychologischer Analyse und Bewertung abzugrenzen und wissenschaftlich zu argumentieren.
- selbst medienpsychologische Fragestellungen zu formulieren und medienpsychologische Sachverhalte kritisch einzuschätzen.
- Studierende haben Freude an Medienpsychologie und entwickeln eigene Interessenschwerpunkte.

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind für diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Inhalt

Die Vorlesung "Medienpsychologie" (engl. Media Psychology) führt ein in die psychologische Forschung zur Mediennutzung und Medienwirkung: Welche Gedanken und Gefühle, welche körperlichen Reaktionen und Verhaltensweisen treten bei unterschiedlichen Situationen und Kulturen vor, während und nach der Nutzung von Medien auf? Dabei werden "alte" Medien (Presse, Radio, Fernsehen, Musik etc.) sowie "neue" Medien (Computer, Internet, Handy etc.) einbezogen.

Weitere Informationen zur Vorlesung Medienpsychologie sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Raum Medienpsychologie" zu finden:

<http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Integraler Bestandteil der Lehrveranstaltung ist die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde.

Medienformen

Basistexte, Übungsaufgaben, e-Learning-Plattform moodle

Literatur

Einsehbar auf <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Kommunikatorforschung

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 453

Prüfungsnummer: 240244

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2552																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung ermöglicht es den Studierenden, die wichtigsten Theorien und Befunde der Kommunikatorforschung kennenzulernen. Darüber hinaus werden den Studierenden Einblicke in die Berufsfelder Journalismus, Public Relations und Werbung vermittelt. Darüber hinaus ermöglicht es die Lehrveranstaltung den Studierenden, wichtige Schritte des empirischen Forschungsprozesses nachzuvollziehen und auf konkrete Fragestellungen der Kommunikatorforschung anzuwenden. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens, der Public Relations und der Werbung vertiefend vermittelt.

This course assists you in getting to know the fundamental research approaches to communicator research as well as basic structures, strategies and vocational fields of public communication, particularly journalism, public relations and advertising. Furthermore, this course imparts basic knowledge on empirical social research and its application to practical problems. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges in journalism, public relations and advertising.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft
Basic knowledge of communication and media science

Inhalt

Die Vorlesung führt in die Kommunikatorforschung ein und behandelt vertiefend die spezifischen Felder der Kommunikatorforschung. In einem ersten Schritt lernen die Studenten die Grundlagen der Systemtheorie, Handlungstheorie und sozialintegrativer Theorien kennen. In einem zweiten Schritt werden die Berufs- und Forschungsfelder Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und Werbung vorgestellt. Prof. Claus-Erich Boetzkes, Honorarprofessor am IfMK und Moderator der Tagesschau, gibt darüber hinaus Einblicke in die Berufspraxis des Journalisten. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens, der Public Relations und der Werbung vertiefend vermittelt.

The course offers an introduction to communicator research in general and selected fields of professional specialization. In a first step, students will acquire fundamentals of systems theory, theory of action and social integrative theories and discuss their application to communicator research. In a second step, students will analyze journalism, public relations and advertising with regard to theoretical approaches, findings and the status quo of the professions. Additionally, Prof. Claus-Erich Boetzkes, honorary professor at the IfMK and anchorman of the newscast "Tagesschau", will deliver insights into the daily work of journalists. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges in journalism, public relations and advertising.

Medienformen

Wichtige studienbegleitende Materialien werden den Studierenden auf der E-Learning-Plattform moodle.tu-ilmenau.de zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus wird ein Semesterapparat in der Universitätsbibliothek Ilmenau eingerichtet. Weitere Informationen erhalten Sie in der Lehrveranstaltung.

All relevant course materials will be made available on the online learning platform moodle.tu-ilmenau.de. Additionally, the required readings and further literature can be found on a reference shelf in the library. Further information is given in the course.

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

- alternative studienbegleitende Prüfungsleistung, zusammengesetzt aus 3/7 Klausur (45 min., Anmeldung notwendig) und 4/7 Seminarnote (30% mündliche Präsentation, 70% schriftliche Arbeit - Forschungsexposé)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Medieninhaltsforschung

Fachabschluss: Studienleistung alternativ Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 9123 Prüfungsnummer:2400380

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):128			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							1 1 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Die Inhalte der Veranstaltungen "Einführung in die Kommunikationswissenschaft" sowie "Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens" und "Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 1" bilden die notwendigen Voraussetzungen

Inhalt

Die Vorlesung "Medieninhaltsforschung" (engl. media content research) führt ein in die Fragestellungen, Theorien, Methoden und Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Medieninhaltsforschung. Dabei werden z.B. Inhalte und Qualität von Nachrichtensendungen, Merkmale der Sportberichterstattung, politische Diskurse in Online-Medien, Personendarstellungen in der Werbung und in digitalen Spielen oder Sexualitätsdarstellungen in Musikvideos in den Blick genommen. Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt in der Vermittlung von Methodenkompetenz: Quantitative und qualitative Inhaltsanalyse sowie Methoden der Qualitäts- und Evaluationsforschung werden vorgestellt. Die für die Kommunikationswissenschaft zentrale Methode der Inhaltsanalyse wird in der begleitenden Übung von den Studierenden selbst angewendet, indem in eigenen kleinen Forschungsprojekten jeweils ausgewählte Medieninhalte untersucht werden. Integraler Bestandteil der Lehrveranstaltung ist die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde. Weitere Informationen zur Veranstaltung Medieninhaltsforschung sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Raum Medieninhaltsforschung" zu finden:<http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Medienformen

Präsentationsfolien, wissenschaftliche Begleittexte, Internet-Links, E-Learning-Plattform moodle

Literatur

Einsehbar im Raum "Medieninhaltsforschung" auf <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Detailangaben zum Abschluss

60 minütiger schriftlicher Test (60%) und Forschungsbericht (40%). Um das Modul zu bestehen, muss jede der Einzelleistungen erbracht werden (Test und Forschungsbericht). In manchen Semestern werden Bonuspunkte angeboten. Im Fall des Nichtbestehens sind sowohl der Test (ggf. inklusive Bonuspunkten) als auch der Forschungsbericht weitere zwei Jahre als bereits erbrachte Leistung anrechenbar. Wird der Test neu erbracht, dann verfallen die Bonuspunkte, können aber neu erbracht werden.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Virtuelle Welten, Digitale Spiele

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 9125 Prüfungsnummer:2400382

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2557																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 2 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Computerspiele haben mittlerweile im Bereich der Produktionskosten und des Umsatzes klassische Medien wie Kino- und Fernsehfilme längst überholt. Mit der zunehmenden Verbreitung von Spielekonzepten wie Browser-Games, Spiele-Apps auf Smartphones und Tablets sowie Social Games haben Computerspiele eine nie zuvor erreichte Durchdringung unseres Alltags erreicht. Nicht erst seit dem kurzzeitigen Hype um Second Life zeigt sich, dass virtuelle Welten dabei auch als Grundlage für andere Zwecke jenseits des reinen Spielens eine zunehmend wichtigere Grundlage bilden können.

Ziel der Vorlesung ist es, die grundlegenden Mechanismen bei der Erstellung virtueller Welten mit Fokus auf den Bereich digitale Spiele zu erläutern. Im Rahmen des Seminars werden die Teilnehmer Gelegenheit haben, die Inhalte anhand praxisnaher Beispiele selber zu testen und umzusetzen.

Vorkenntnisse

Grundlegende Programmierkenntnisse (Algorithmen & Programmierung oder Multimedia-Programmierung)

- 3D-Auszeichnungssprachen und Bildformate (Strukturierung Multimedialer Informationen)
- Erfahrungen bei der Umsetzung von Multimedia-Anwendungen (Multimedia Tools)

Inhalt

- Game Genres
- Grundlagen des Game Designs
- Alterseinstufung von Spielen
- Plattformen und Sprachen
- Spieleentwicklungsprozess
- Aufbau von Computerspielen
- Szenengraphen
- X3D (erweitert)
- WebGL
- 3D-Interaktionstechniken
- Augmented Reality
- Game AI
- Sound in Spielen

Medienformen

Literatur

wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

- * schriftliche Prüfung (Klausur)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
 Bachelor Medientechnologie 2013

Medienproduktforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 9126

Prüfungsnummer:2400383

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Emese Domahidi

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2553																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 2 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen den theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker). Sie können für ausgewählte Anwendungsfelder aus verschiedenen Medienbranchen den analytischen Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufzeigen und die Anwendbarkeit des theoretischen Ansatzes der Medienproduktion kritisch reflektieren.

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse erforderlich

Inhalt

Vom theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker) ausgehend, wird anhand von Beispielen aus verschiedenen Medienbranchen der analytische Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufgezeigt. Die Prozesse der Globalisierung bzw. Internationalisierung und der Konvergenz von Medien werden als Einflussgrößen bei den jeweiligen Themen berücksichtigt. Behandelt werden folgende Themen:

1. Produktforschung: Der Zusammenhang von Content, Technik und Organisation
2. Produktionsprozesse der Medien
3. Konvergenz der Medien und des Content
4. Content Film: Gestaltungsmerkmale und Aussage
5. Content Fernsehen
6. Content Hörfunk
7. Content Presse
8. Content - Games: Computerspieltheorie, Spielindustrie und Spielgenre
9. Content - Web: Soziale Netzwerke
10. Content - Musik

Medienformen

Beamer, Tafel

Literatur

wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung / Klausur

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
 Bachelor Medientechnologie 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2011
 Bachelor Medienwirtschaft 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2015

Rezeptionsforschung

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 1053

Prüfungsnummer: 240248

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 2 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen Theorien, Ansätze und methodische Vorgehensweisen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung. Sie kennen die wichtigsten kontinuierlichen Studien und die darin verwendeten Standardmaße der Mediennutzung. Sie sind in der Lage die Theorien sowie die Resultate dieser Studien für die Lösung von medienpraktischen und medienwissenschaftlichen Problemen zu nutzen und für die Konzeption von Forschungsprojekten einzusetzen.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikationswissenschaft
Methoden der quantitativen Kommunikationsforschung
Statistik

Inhalt

In der Vorlesung werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung gelehrt. Es wird erläutert, warum (bestimmte) Personen (bestimmte) Angebote der Massenmedien nutzen und welche Konsequenzen dies für Kognitionen, Emotionen, Einstellungen und Handlungen hat. Parallel zur Vorlesung werden vier Seminare (eines davon in englischer Sprache) angeboten. In diesen werden die jeweiligen Inhalte anhand der Lektüre und Diskussion von Texten vertieft und anhand von Beispielen eingeübt.

Medienformen

PPT-Präsentationen, studienbegleitende Unterlagen im entsprechenden Moodle-Kurs

Literatur

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz: UVK. Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz: UVK. Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2005): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien: Böhlau. Meyen, Michael (2004): Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz: UVK. Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 2. Aufl. Tübingen: Mohr. Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.

Detailangaben zum Abschluss

Klausur zum Stoff der Vorlesung (max. 20% Multiple Choice, 100 Punkte)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Medienwirtschaft 2011

Statistik/Datenanalyse

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 120 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 9128 Prüfungsnummer:2400385

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2532																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 1																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ökonomische Daten zu analysieren und statistische Methoden bei der Auswertung von Daten richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren. Die Studierenden können auch Stichprobenerhebungen planen, auf der Basis von Stichproben Aussagen für eine Grundgesamtheit ableiten und ökonomische Hypothesen empirisch überprüfen.

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind fuer diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Inhalt

Die Statistik-Vorlesung fuehrt ein in die Darstellung, Analyse und Interpretation quantitativer Daten. Statistik wird dabei explizit als Forschungsstatistik aufgefasst. Es geht um grundlegende Statistik-Kompetenz fuer Alltag, Studium/Wissenschaft und Beruf.

<https://www.tu-ilmenau.de/qme/lehre/veranstaltungszyklus/statistik-1/>

<https://www.tu-ilmenau.de/qme/lehre/veranstaltungszyklus/statistik-2/>

Medienformen

Übungsaufgaben, e-Learning-Plattform moodle, Basistexte

Literatur

- Bankhofer, Vogel: Datenanalyse und Statistik - Eine Einführung für Ökonomen im Bachelor, Gabler
- Bankhofer, Vogel: Übungsbuch Datenanalyse und Statistik - Aufgaben - Musterklausuren - Lösungen, Springer Gabler
- Bamberg, Baur, Krapp: Statistik, Oldenbourg

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung, 120 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Methoden 1

Modulnummer: 9127

Modulverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens sowie die grundlegenden Methoden empirischer Forschung zu verstehen, zu erklären und anzuwenden.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Modulnote = Note aus Fach 2/ Fach 1 unbenotet

Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens

Fachabschluss: Studienleistung alternativ Art der Notengebung: Testat unbenotet
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8321 Prüfungsnummer: 2400259

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):98			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2555																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeiten planen und strukturieren. Sie kennen die Techniken von Recherche und wissenschaftlicher Aufbereitung von Material und Literatur und sind in der Lage die Ergebnisse in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren.

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Inhalt

Den Studierenden werden zu Beginn des Studiums wichtige Grundkenntnisse wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, die als Handwerkszeug für das gesamte weitere Studiums von zentraler Bedeutung sind. Dabei handelt es sich um Planung und Strukturierung der Arbeitsabläufe, Recherche-Techniken, Umgang mit Quellen und Literatur und wissenschaftliches Präsentieren.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen, Übungsaufgaben, Weblog

Literatur

Franck, Norbert (2004): Handbuch wissenschaftliches Arbeiten. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag. Kruse, Otto (1999): Keine Angst vor dem leeren Blatt: Ohne Schreibblockaden durchs Studium. 7. Aufl. Frankfurt am Main u.a.: Campus. Stary, Joachim (1997): Visualisieren: Ein Studien- und Praxisbuch. Berlin. Theisen, Manuel René (2005): Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Methodik, Form. 12. Aufl. München: Vahlen. Werder, Lutz von (1992): Kreatives Schreiben in den Wissenschaften. Berlin u.a.

Detailangaben zum Abschluss

Zum Bestehen der Lehrveranstaltung müssen die Studierenden eine Reihe von Hausaufgaben, die in der Vorlesung erläutert werden, bearbeiten und über die Online-Plattform Moodle fristgerecht und vollständig einreichen.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 9139

Prüfungsnummer:2400384

Fachverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	1																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen den Forschungsprozess und haben einen Überblick über die grundlegenden Methoden und Untersuchungsdesigns der empirischen Kommunikationsforschung. Sie haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Umfrageforschung und sind in der Lage diese Methode der Datenerhebung zur Lösung von medienpraktischen- und kommunikationswissenschaftlichen Problemen zielgerichtet einzusetzen.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Die Grundlagen der wichtigsten quantitativen empirischen Methoden der Kommunikationsforschung (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse) sowie der grundlegenden Untersuchungsdesigns (Querschnitt, Längsschnitt, Experiment) werden vermittelt. Das gewonnene Wissen über den Forschungsprozess und die Datenerhebung wird am Beispiel der Befragung in den Begleitseminaren in einem praktischen Forschungsprojekt angewendet.

Medienformen

Literatur

Atteslander, P. (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin, New York de Gruyter, 9. Aufl. Bortz, J. / Döring, N. (1999): Forschungsmethoden und Evaluation. Berlin, Heidelberg: Springer, 2. Aufl. Diekmann, Andreas (1995): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Berlin: Rowohlt Friedrichs, Jürgen (1985): Methoden empirischer Sozialforschung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 14. Aufl. Kromrey, H. (2000): Empirische Sozialforschung. Stuttgart:: Uni-TB, 9. Aufl. Noelle-Neumann, Elisabeth / Petersen, Thomas (1998): Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. München: dtv, 2. Aufl. Roth, E. (1999): Sozialwissenschaftliche Methoden. München: Oldenbourg, 5. Aufl. Schnell, R. / Hill, P.B. / Esser, E. (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg, 6. Aufl.

Detaillangaben zum Abschluss

Klausur (Bonuspunkte für Mitarbeit im Forschungsprojekt)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Methodentraining und empirische Methoden 2

Modulnummer: 9130

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Modulabschluss:

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage qualitative Forschungsansätze zu verstehen, zu erklären und anzuwenden. Darüber hinaus haben sie vertiefte Kenntnisse in ausgewählten Bereichen kommunikationswissenschaftlicher Methoden.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Note = Note Fach Methodentraining/ Fach "quali. Methoden" unbenotet, Anforderungen müssen erfüllt sein

Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 2 (Qualitative Methoden)

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 9131

Prüfungsnummer:2400386

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 1			Workload (h):30			Anteil Selbststudium (h):19			SWS:1.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										1 0 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten qualitativen Datenerhebungs- und -analysetechniken in konkreten Forschungszusammenhängen praktisch anzuwenden, die Methoden kritisch zu reflektieren und die mit solchen Methoden erhobenen Daten zu interpretieren und zu bewerten.

Vorkenntnisse

Grundkenntnisse Methoden empirischer Sozialforschung (insbes. Techniken der Datenerhebung)
Grundlagen der Medienwirkungs- und Rezeptionsforschung

Inhalt

Das Fach vermittelt erweiterte Kenntnisse in der qualitativen Datenanalyse. Die Vorlesung vermittelt dabei die Kenntnisse der jeweiligen Analyseverfahren unter Berücksichtigung des jeweiligen Forschungskontextes, in den begleitenden Seminaren werden diese Kenntnisse an konkreten Anwendungen eingeübt.

Medienformen

Literatur

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Methodentraining

Fachabschluss: Studienleistung alternativ Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 9132 Prüfungsnummer:2400387

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):98			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										0 1 1																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Bereich Forschungsmethoden: Die Studierenden sind befähigt, vertiefte Kenntnisse in empirischen Methoden der Datenerhebung und Datenanalyse zur Beantwortung kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen anzuwenden.

Bereich Konzeptionsmethoden: Die Studierenden sind befähigt, Techniken und Methoden der Medienkonzeption (teilweise inklusive Medienproduktion) sachgerecht und zielorientiert anzuwenden

Die Studierenden sind befähigt, ihre Ergebnisse korrekt und verständlich aufzubereiten und einem fachwissenschaftlichen Publikum mündlich und schriftlich zu präsentieren.

Vorkenntnisse

Techniken wissenschaftlichen Arbeitens
Empirische Forschungsmethoden
Statistik

Inhalt

Bereich Forschungsmethoden: In den verschiedenen Wahlpflichtveranstaltungen werden unterschiedliche Methoden der kommunikationswissenschaftlichen Forschung, aber auch der praktischen Konzeption und Gestaltung von Medienangeboten vermittelt und eingeübt. Im Bereich der empirischen Forschung sind dies beispielsweise spezifische Formen der Datenerhebung (Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Verhaltensspuren), ausgewählte Forschungsdesigns (Experimente, Längsschnittstudien) oder fortgeschrittene Formen der Datenanalyse.

Bereich Konzeptionsmethoden: Im Bereich der Medienkonzeption sind Wahlpflichtangebote zu Entwurf und Umsetzung von unterschiedlichen Medienformaten geplant (z.B. Poster, Flyer, Videoclips, Websites, Apps etc.).

Medienformen

Power-Point-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen, Nutzung der E-Learning-Plattform moodle

Literatur

Aufgrund des sehr breiten Spektrums an möglichen Inhalten der verschiedenen Lehrveranstaltungen können keine übergreifenden Literaturempfehlungen ausgesprochen werden. Die relevante Literatur wird in der jeweiligen Veranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

Erbringung von Teilleistungen während der Lehrveranstaltung sowie schriftlicher Abschlussbericht. Zu Beginn der Lehrveranstaltung werden die konkreten Anforderungen durch die Lehrenden bekannt gegeben.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Fachsprache Englisch Medien (C1)(für BA AMW)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5008

Prüfungsnummer: 2000016

Fachverantwortlich: Dr. Kerstin Steinberg-Rahal

Leistungspunkte: 6			Workload (h):180			Anteil Selbststudium (h):135			SWS:4.0																					
Zentralinstitut für Bildung						Fachgebiet:673																								
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	0	2	0	0	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Inhalt

wird ab SS 2019 nicht mehr angeboten

Medienformen

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

Die Gesamtleistung errechnet sich aus zwei Teilen, je eine Klausur nach jedem Semester. Damit findet die Klausur Teil 1 im SS, Klausur Teil 2 im WS statt.

Als Ersatztermin für entschuldigt nicht teilgenommen/Wiederholer etc. findet in jedem Sommersemester im September ein Prüfungstermin mit beiden Teilleistungen statt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Berufsfeldorientierung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9133

Prüfungsnummer: 2400388

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 8			Workload (h):240			Anteil Selbststudium (h):150			SWS:8.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2555																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	2	0	2	2																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über die wesentlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um Problemstellungen eines thematisch eingegrenzten Berufsfeldes bearbeiten zu können. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten auf kleinere, praxisnahe Problemstellungen anzuwenden, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Güte zu bewerten. Einzelheiten zu den spezifischen Zielen der Angebote in dem jeweiligen Wahlpflichtfach können dem Bereich "Lehrveranstaltungen" im Webangebot des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Vorkenntnisse

Grundlegendes kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen, wirtschaftswissenschaftliche Grundkenntnisse, medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen sowie Diskussionsvermögen und Teamdenken werden vorausgesetzt.

Inhalt

Im Wahlpflichtfach Berufsfeldorientierung werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten vermittelt und gefestigt. Die unterschiedlichen Themenstellungen adressieren den jeweils gewählten Bereich und decken dabei ein breites Spektrum von Medienberufen ab. Die in den Angeboten des Wahlpflichtfaches erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen bereiten die Studierenden auf nachfolgende Module/Fächer vor, insbesondere das Fachpraktikum, das Medienprojekt sowie die Praxiswerkstatt.

Medienformen

PP-Präsentation, Videos, Skripte, Social Software/Media zur kollaborativen Wissenserarbeitung

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Forschungsseminar

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 8319

Prüfungsnummer: 2400256

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 8		Workload (h):240		Anteil Selbststudium (h):206		SWS:3.0															
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2554															
SWS nach Fach- semester	1.FS		2.FS		3.FS		4.FS		5.FS		6.FS		7.FS		8.FS		9.FS		10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
											0 2 1										

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ihr grundlegendes fachliches und methodisches Wissen anzuwenden, um thematisch begrenzte Problemstellungen empirisch zu untersuchen. Sie können unter Anwendung der grundlegenden empirischen Methoden eigene Daten erheben und auswerten. Sie können die empirischen Befunde interpretieren und Lösungsempfehlungen geben.

Vorkenntnisse

Qualitative und Quantitative Methoden der empirischen Kommunikationsforschung; medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Grundlagenwissen, medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen, medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Forschungsseminare zielen auf die Festigung und Vertiefung von empirischer Methodenkompetenz sowie wissenschaftstheoretischen Grundlagenwissens anhand praktischer Beispiele. Studierende werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst das Forschungsseminar Medienkommunikation, das Forschungsseminar Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie das Forschungsseminar Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

siehe Modulbeschreibung

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Medienprojekt

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ 1 Jahre Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganztätig

Fachnummer: 8320

Prüfungsnummer: 2400258

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 11		Workload (h):330		Anteil Selbststudium (h):330		SWS:0.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2556																								
SWS nach Fach- semester	1.FS		2.FS		3.FS		4.FS		5.FS		6.FS		7.FS		8.FS		9.FS		10.FS											
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
									210 h		90 h																			

Lernergebnisse / Kompetenzen

Mit dem Medienprojekt zeigt der Studierende, dass er die wesentlichen Theorien und Methoden der von ihm gewählten berufsfeldorientierenden Angebote verstanden hat und auf eine praxisnahe Problemstellung weitgehend selbstständig anwenden kann. Er ist in der Lage, die in der Problemstellung vorhandene medienwissenschaftliche Themenstellungen herauszuarbeiten, zu untersuchen sowie Lösungen zu erarbeiten und zu bewerten. Darüber hinaus entwickelt der Studierende seine sozialen Kompetenzen, insbesondere die Fähigkeit zur Teamarbeit, sowie im Rahmen fachübergreifender Themenstellungen seine Schnittstellen- und Transferkompetenz.

Vorkenntnisse

berufsfeldspezifische Grundkenntnisse, insbesondere aus den Angeboten der Berufsfeldorientierungen (3. und 4. FS)

Inhalt

Das Medienprojekt hat das Ziel, medien- und kommunikationswissenschaftliche Themenstellungen auszuarbeiten, zu untersuchen und Lösungen zu erarbeiten. Es ist in der Regel langfristig angelegt, wird von einzelnen Studierenden oder von kleinen Gruppen bearbeitet und dient auch der Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit. Fachübergreifende Themenstellungen sind beim Medienprojekt erwünscht, insbesondere solche in Verbindung mit den Bachelor-Studiengängen Medientechnologie und Medienwirtschaft.

Medienformen

ist selbst zu recherchieren bzw. zu erarbeiten

Literatur

ist selbst zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

Neben dem Ergebnis des zu realisierenden Projekts wird eine schriftliche Dokumentation des Projekts erwartet (Projektbericht).

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Praxiswerkstatt

Modulnummer: 1056

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

erfolgreicher Abschluss aus Praxiswerkstatt 1 und Praxiswerkstatt 2

Praxiswerkstatt 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: deutsch und englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganztätig

Fachnummer: 9142

Prüfungsnummer: 2400393

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):116			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2555																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			0 3 0											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden festigen und erweitern ihre berufsfeldspezifischen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten in spezifischen Bereichen eines breiten Spektrums von Medienberufen.

Vorkenntnisse

medienwissenschaftliches, medientechnisches und medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Praxiswerkstätten zielen wie die anderen Fächer in den berufsfeldorientierenden Modulen auf die Vermittlung und Festigung berufsfeldspezifischer Kenntnisse und instrumenteller Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen. Insbesondere dienen sie der Vertiefung der zuvor in spezifischen Anwendungsbereichen (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst die Praxiswerkstätten Medienkommunikation, Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Reader, IT-Anwendungen

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Inhalt

Die Vorlesung gibt eine Einführung in die Strukturierung multimedialer Informationen insbesondere im Hinblick

- Auszeichnungssprachen
- HTML
- Ajax
- XML
- JavaScript
- PHP
- mySQL
- Bildformate und -kodierung
- X3D
- Transformationen und Projektionen
- Szenengraphen
- WebGL

Medienformen

Powerpoint-Präsentationen, Tafel-Illustrationen, Powerpoint-Präsentationen als PDF in Moodle, Zusatzinformationen und Tutorials in Moodle

Literatur

Tutorials auf Moodle

Detailangaben zum Abschluss

Die Studierenden müssen im Laufe des Semesters drei Praktikumsaufgaben zu unterschiedlichen Themen bearbeiten. Der Leistungsnachweis erfolgt studienbegleitend durch eine Bewertung der zu erbringenden Praktikumsaufgaben.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Angewandte Medientechnik

Fachabschluss: Prüfungsleistung generiert 120 min Art der Notengebung: Generierte Noten
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 5312 Prüfungsnummer:210206

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Leistungspunkte: 8			Workload (h):240			Anteil Selbststudium (h):150			SWS:8.0																					
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik									Fachgebiet:2182																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0	2	1	0	0	0	2																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden:

- wissen, wie die auditive und visuelle Wahrnehmung beim Menschen funktioniert und welche Schlussfolgerungen sich daraus in Hinblick auf die Anforderungen an Geräte und Abläufe ergeben.
- kennen die medientechnische Verarbeitungskette (Vorproduktion - Produktion - Postproduktion - Wiedergabe) und verstehen, wie sich einzelne Geräte und Prozesse dort einordnen.
- entwickeln eines quantitativen Verständnisses für medientechnische Größen (z.B. Frequenz, Schalldruckpegel, Brennweite, Farbmodelle) und einfacher Zusammenhänge zwischen ihnen.
- sind in der Lage, medientechnische Geräte anhand ihrer technischen Parameter zu vergleichen, um die passende Auswahl für eine gestellte Aufgabe zu treffen.
- erwerben im Praktikum Grundfertigkeiten beim Umgang mit Geräten zur Aufnahme (Mikrofon, Kamera) und Wiedergabe (Lautsprecher, Monitor).
- können einfache Aufgaben zur Medienbearbeitung unter Nutzung der entsprechenden Hard- und Software lösen (Audio-Mischpult, Videoschnitt-Software).
- besitzen Fähigkeit zur Kommunikation mit Ingenieuren und Anwendern über den Einsatz von medientechnischen Geräte und über Abläufe bei der Medienproduktion und -rezeption.
- können Zusammenhänge zwischen technischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Medienproduktion und -verbreitung herstellen und in Hinblick auf eine gestellte Aufgabe beurteilen.
- sind in der Lage, aktuelle Entwicklung in der Medientechnik einzuordnen und deren Bedeutung für die eigene berufliche Tätigkeit einzuschätzen.

Vorkenntnisse

Abiturstoff

Inhalt

Die Studierenden lernen die Grundlagen der auditiven und visuellen Wahrnehmung und deren Leistung und Grenzen für medientechnische Systeme kennen. Im Weiteren werden Verfahren und Geräte zur Medienein- und -ausgabe sowie zur Speicherung, Verarbeitung und Übertragung von elektronischen Medien erläutert.

Medienformen

Skripte zur Vorlesung, Demonstrationen, Übungsaufgaben

Literatur

- A. Holzinger: Basiswissen Multimedia (Band 1: Technik), Vogel Buchverlag, Würzburg 2002, ISBN 3-8023-1914-1
- R. Malaka, A. Butz, H. Hußmann: Medieninformatik - Eine Einführung, Pearson Studium München 2009, ISBN 978-3-8273-7353-3
- P. A. Henning: Taschenbuch Multimedia, Hanser Fachbuch 2007, ISBN 3-4464-09718
- U. Schmidt: Digitale Film- und Videotechnik, Carl Hanser Verlag München 2008, ISBN 978-3-446-41250-7
- J. Friedrich: Tontechnik für Mediengestalter: Töne hören - Technik verstehen - Medien gestalten; Springer-Verlag Berlin (X.media.press) 2008, ISBN 978-3-540-71869-7 (9,95 €)
- Th. Görne: Tontechnik; Carl Hanser Verlag München 2011, ISBN 978-3-446-42395-4

Detailangaben zum Abschluss

Das Fach wird mit einer 120-minütigen schriftlichen Prüfung und dem Nachweis der erfolgreichen Teilnahme am

Praktikum abgeschlossen. Die Noten aus der schriftlichen Prüfung und dem Praktikum werden entsprechend ihres Gewichtes (Anzahl der Leistungspunkte) zur Endnote zusammen gefasst.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015

Informations- und Kommunikationssysteme

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 7446

Prüfungsnummer: 2200305

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kai-Uwe Sattler

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																							
Fakultät für Informatik und Automatisierung									Fachgebiet:2254																							
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P		
																2			1			0										

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen die (theoretischen) Grundlagen von Datenbanksystemen und deren Anwendungen - insbesondere zur Datenmodellierung und zu Abfragesprachen. Weiterhin verstehen sie den Aufbau und die Funktionsweise von Netzen, insbesondere des Internet. Sie kennen wichtige Aspekte der umfangreichen Funktionalität von Datenbanksystemen. Zudem sind sie in der Lage, einfache Protokollfunktionen zu spezifizieren und in Programmfragmente umzusetzen. Sie kennen die Darstellung von Protokollabläufen in Form von Message Sequence Charts und können gültige Protokollabläufe auf der Grundlage von Zustandsautomaten nachvollziehen. Sie können die Anforderungen, die eine Multimediaanwendung an die Protokollfunktionalität stellt, analysieren und verstehen die spezifischen Besonderheiten der Nutzung von Datenbanksystemen für multimediale Daten und Anwendungen im Web. Die Studierenden verstehen das grundsätzliche Zusammenwirken der Komponenten eines vernetzten (datenbankbasierten) technischen Systems.

Vorkenntnisse

Grundlagen der Informatik

Inhalt

Es werden (theoretische) Grundlagen von Datenbanksystemen und deren Anwendungen - insbesondere zur Datenmodellierung und zu Abfragesprachen - vermittelt. Wichtige Aspekte der umfangreichen Funktionalität von Datenbanksystemen werden kurz vorgestellt. Ein weiterer Teil des Inhaltes ist der Nutzung von Datenbanksystemen für multimediale Daten und Anwendungen im Web gewidmet. Die Inhalte sind ausgerichtet auf reine Anwender.

Medienformen

Vorlesungspräsentation, Foliensätze und Arbeitsblätter, Lehrbuch

Literatur

A. S. Tanenbaum. Computernetzwerke. Pearson Education. J. F. Kurose, K. W. Ross. Computernetze. Pearson Education. Heuer, A., Saake, G., Sattler, K.; Datenbanken kompakt., 2. Aufl., mitp-Verlag, Bonn, 2003 Heuer, A., Saake, G.: Datenbanken - Konzepte und Sprachen. 2. Aufl., mitp-Verlag, Bonn, Januar 2000 Kemper, A.; Eickler, A.; Datenbanksysteme. Eine Einführung. Oldenbourg- Verlag, 2001 Elmasri, R.; Navathe, S. B.; Grundlagen von Datenbanksystemen. Pearson Studium, 2002

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung (90 min)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Multimedia-Anwendungen

Modulnummer: 9135

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Algorithmen und Programmierung

Lernziele

Fachkompetenz: Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zu algorithmischen Modellen, Basisalgorithmen und sind mit grundlegenden Datenstrukturen der Informatik vertraut.

Methodenkompetenz: Sie sind in der Lage, diese hinsichtlich ihrer Eigenschaften und Anwendbarkeit für konkrete Problemstellungen zu bewerten und in eigenen kleineren Programmierprojekten in der Programmiersprache Java anzuwenden.

Systemkompetenz: Die Studierenden verstehen die Wirkungsweise von Standardalgorithmen und -datenstrukturen und können diese in neuen Zusammenhängen einsetzen.

Sozialkompetenz: Die Studierenden erarbeiten Lösungen zu einfachen Programmieraufgaben und können diese in der Gruppe analysieren und bewerten.

Lerninhalt

- Historie, Grundbegriffe, Grundkonzepte von Java;
- Algorithmische Grundkonzepte: Algorithmenbegriff, Sprachen und Grammatiken, Datentypen, Terme;
- Algorithmenparadigmen;
- Ausgewählte Algorithmen: Suchen und Sortieren;
- Entwurf von Algorithmen;
- Abstrakte Datentypen, OOP und Grundlegende Datenstrukturen: Listen und Bäume;
- Hashverfahren

Multimedia-Tools

Lernergebnisse

Die Studenten kennen und verstehen die im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools.

Es werden die aktuellen, im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools, im Überblick vorgestellt.

Die Spannweite reicht von derzeit im Einsatz befindlichen Internetprotokollen bis zu ausgewählten Codierv Verfahren.

Die behandelten Codierv Verfahren sind Bestandteil der Software aktueller Geräte des Audio- und Videobereichs.

Themenschwerpunkte der Vorlesung sind:

- Grundlagen des Internets
- Audiocodierung
- Bildcodierung
- Videocodierung
- Computergrafik
- Computeranimation
- Streaming im Internet
- Container Formate
- Metadaten
- Digitaler Rundfunk

Voraussetzungen für die Teilnahme

Algorithmen und Programmierung

Voraussetzungen / Empfohlene Vorkenntnisse: Abiturwissen

Multimedia-Tools

Voraussetzungen / Empfohlene Vorkenntnisse

- Angewandte Medientechnik

Detailangaben zum Abschluss

Algorithmen und Programmierung

Abschluss

- benotet, Klausur

Multimedia-Tools

Abschluss

- sonstige Prüfungsleistung

Algorithmen und Programmierung

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 1313

Prüfungsnummer: 2200245

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Beat Brüderlin

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Informatik und Automatisierung									Fachgebiet:2252																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nachdem Studierende diese Veranstaltung besucht haben, können sie die Grundlagen algorithmischer Modelle beschreiben und verstehen die Wirkungsweise von Standardalgorithmen und klassischen Datenstrukturen. Sie sind in der Lage, kleinere Programme zu entwerfen sowie in der Programmiersprache Java zu implementieren und dabei Algorithmenmuster anzuwenden.

Die Studierenden sind in der Lage, algorithmische Lösungen hinsichtlich ihrer Eigenschaften und Anwendbarkeit für konkrete Problemstellungen zu bewerten und in eigenen Programmierprojekten anzuwenden.

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Inhalt

Historie, Grundbegriffe, Grundkonzepte von Java; Algorithmenbegriff, Sprachen & Grammatiken, Datentypen; Struktur von Java-Programmen, Anweisungen; Entwurf von Algorithmen; Applikative und imperative Algorithmenparadigmen; Berechenbarkeit und Komplexität; Ausgewählte Algorithmen: Suchen und Sortieren; Algorithmenmuster: Rekursion, Greedy, Backtracking; Abstrakte Datentypen und Objektorientierung; Listen, Bäume, Hashtabellen

Medienformen

Vorlesung mit Präsentation und Tafel, Handouts, Moodle

Literatur

Saake, Sattler: Algorithmen und Datenstrukturen: Eine Einführung mit Java, 4. Auflage, dpunkt-Verlag, 2010.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Biomedizinische Technik 2008
Bachelor Biomedizinische Technik 2013
Bachelor Biomedizinische Technik 2014
Bachelor Elektrotechnik und Informationstechnik 2008
Bachelor Elektrotechnik und Informationstechnik 2013
Bachelor Fahrzeugtechnik 2013
Bachelor Ingenieurinformatik 2008
Bachelor Maschinenbau 2013
Bachelor Mechatronik 2013
Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Medientechnologie 2013
Bachelor Optische Systemtechnik/Optronik 2013
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013
Bachelor Technische Kybernetik und Systemtheorie 2010
Bachelor Technische Kybernetik und Systemtheorie 2013
Bachelor Werkstoffwissenschaft 2009
Bachelor Werkstoffwissenschaft 2011
Bachelor Werkstoffwissenschaft 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Diplom Elektrotechnik und Informationstechnik 2017
Diplom Maschinenbau 2017
Master Biotechnische Chemie 2016

Multimedia-Programmierung (Übung)

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9136

Prüfungsnummer: 2400391

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):49			SWS:1.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2557																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	0	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Strukturierung multimedialer Informationen

Angesichts der zunehmenden Bedeutung computervermittelter Kommunikation erkennen die Studierenden die Notwendigkeit zur Strukturierung digitaler Dokumente. Sie verstehen die derzeit üblichen Konzepte zur Strukturierung digitaler Textdokumente und besitzen Überblickswissen zur Strukturierung von Multimedia-Dokumenten sowie zur kollaborativen Erstellung und Bearbeitung digitaler Dokumente. Sie können sich die kompetente Nutzung der wesentlichen Applikationen und Techniken zur Erstellung von elektronischen Dokumenten selbst erarbeiten.

Multimedia-Tools

Die Studenten kennen und verstehen die im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools.

Vorkenntnisse

Strukturierung multimedialer Informationen

- Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Multimedia-Programmierung

Multimedia-Tools

- Angewandte Medientechnik

Inhalt

Strukturierung multimedialer Informationen

Vorlesungsbegleitend erfolgt eine praktische Annäherung an das Themengebiet durch die Arbeit an konkreten Aufgabenstellungen aus den Bereichen Grafikbearbeitung, Webdesign und VR-Modellierung. Am Ende der Veranstaltung sind den Studierenden Zusammenhänge in der Arbeit mit Informationstechnologien, Interaktionstechniken mit verschiedenen Oberflächen, Anwendungen und Betriebssystemen sowie Anwendungen für verschiedene manipulative Zwecke (Text- und Bildverarbeitung, Dateimanagement, Web-Publishing und Präsentationen) vertraut.

Multimedia-Tools

Es werden die aktuellen, im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools, im Überblick vorgestellt. Die Spannweite reicht von derzeit im Einsatz befindlichen Internetprotokollen bis zu ausgewählten Codierv Verfahren. Die behandelten Codierv Verfahren sind Bestandteil der Software aktueller Geräte des Audio- und Videobereichs. Themenschwerpunkte sind:

- Grundlagen des Internets
- Audiocodierung
- Bildcodierung
- Videocodierung
- Computergrafik
- Computeranimation
- Streaming im Internet
- Container Formate
- Metadaten
- Digitaler Rundfunk

Medienformen

Beamer

Literatur

Strukturierung multimedialer Informationen

Die Bereitstellung studienbegleitender Unterlagen erfolgt über einen eigens dafür eingerichteten Moodle-Arbeitsbereich.

Multimedia-Tools

siehe Web-Site des Faches auf dem Server des IMT

<http://www.tu-ilmenau.de/mt/lehveranstaltungen/andere-studiengaenge/multimediatools/>

Detailangaben zum Abschluss

Der Leistungsnachweis erfolgt über zwei Klausuren (in der Mitte und am Ende des Semesters). Beide Klausuren müssen bestanden werden. Beide Klausuren bestehen je aus einem Theorie- und Praxisteil, welche unabhängig voneinander bestanden werden müssen. Eine Bearbeitung der praktischen Übungsaufgaben ist für das Bestehen der Klausuren essentiell. Eine Bonuspunktregelung existiert nicht.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Multimedia-Tools

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 8326

Prüfungsnummer: 2100203

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Gerald Schuller

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik									Fachgebiet:2184																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	0	1																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studenten kennen und verstehen die im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools.

Vorkenntnisse

Angewandte Medientechnik

Inhalt

Es werden die aktuellen, im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools, im Überblick vorgestellt.

Die Spannweite reicht von derzeit im Einsatz befindlichen Internetprotokollen bis zu ausgewählten Codierv Verfahren.

Die behandelten Codierv Verfahren sind Bestandteil der Software aktueller Geräte des Audio- und Videobereichs. Themenschwerpunkte der Vorlesung sind:

- Grundlagen des Internets
- Audiocodierung
- Bildcodierung
- Videocodierung
- Computergrafik
- Computeranimation
- Streaming im Internet
- Container Formate
- Metadaten
- Digitaler Rundfunk

Medienformen

Beamer

Literatur

siehe Web-Site des Faches auf dem Server des IMT

<http://www.tu-ilmenau.de/mt/lehrveranstaltungen/andere-studiengaenge/multimediatools/>

Detailangaben zum Abschluss

Sommersemester (reguläre LV):

Die alternative Prüfungsleistung umfasst zu gleichen Teilen (je 1/3) die Bewertungen von 2 schriftlichen Tests (Mitte des Semesters + Ende des Semesters) sowie die Bearbeitung von Hausaufgaben.

Wintersemester:

Es findet eine Klausur statt (90 Minuten) als Nach- und Wiederholungsoption für die o.g. 2 schriftlichen Tests (Mitte des Semesters + Ende des Semesters). Die Klausur geht zu 2/3 in die Modulnote ein, 1/3 ergibt sich aus den Hausaufgaben, die zuvor im regulären LV-Semester erbracht werden müssen. Hausaufgaben bleiben für 2 weitere Semester nach dem Erbringen gültig.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Prüfungsnummer:2500015

Leistungspunkte: 2	Workload (h):60	Anteil Selbststudium (h):38	SWS:2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523

[illegible]

Die Studierenden kennen und verstehen Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse zum Marketingmanagement, zu Grundlagen und Zielen des Marketings, zu Marketingstrategien und zur Umsetzung durch Marketinginstrumente (Fachkompetenz). Anhand von Beispielen sowie Fallstudienübungen entwickeln sie Kompetenzen, Markt- und Kundenbeziehungen zu analysieren und durch einen zielführenden Einsatz des Marketinginstrumentariums geeignete Marketingmaßnahmen zu entwickeln und zu präsentieren (Methodenkompetenz).

keine

- 1 Grundlegende Begriffe und Zusammenhänge
- 2 Theoretische Grundlagen
- 3 Grundlagen des strategischen Marketings
- 4 Produktpolitik
- 5 Preispolitik
- 6 Kommunikationspolitik
- 7 Vertriebspolitik

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki

Homburg, C. (2016): Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden.

Homburg, C. (2017): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. 5. Aufl., Wiesbaden.

Vergabe von Bonuspunkten bis max. 10 % der in der Klausur erreichbaren Punkte durch aktive Teilnahme an der Fallstudienübung.

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Informatik 2010
Bachelor Informatik 2013
Bachelor Mathematik 2013
Bachelor Mechatronik 2008
Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Medientechnologie 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2009
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2010
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2011
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Einführung in das Recht

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 551 Prüfungsnummer: 2500009

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2562																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2 0 0																										

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Rechts, dessen Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen (begriffliches Wissen) zu verstehen. Sie sollen nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage sein, die verschiedenen Rechtsgebiete voneinander abzugrenzen sowie das Recht der obersten Staatsorgane und die Staatsprinzipien (begriffliches Wissen) sowie die Methodik des deutschen Rechts (verfahrensorientiertes Wissen) anzuwenden. Letztlich lernen sie Teilbereiche des Zivilrechts, Verwaltungsrechts und Europarechts kennen (Faktenwissen). Hierdurch werden sie in die Lage versetzt, Erfolgsaussichten von Rechtsstreitigkeiten grob einzuschätzen und sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen zu können.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- A. Hinweise zu Unterlagen und Rechtstexten
- B. Einführung
 - I. Zur Bedeutung rechtlicher Grundlagenkenntnisse
 - II. Hilfsmittel
- III. Grundlagen und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens
- IV. Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen des Rechts
- V. Methoden des Rechts
- C. Staatsprinzipien
 - I. Überblick
 - II. Die Staatsprinzipien im Einzelnen
- D. Gesetzgebungskompetenzen
- E. Oberste Staatsorgane
 - I. Bundestag
 - II. Bundesrat
 - III. Bundesregierung
 - IV. Bundespräsident
- F. Grundrechte
 - I. Bedeutung und Arten von Grundrechten
 - II. Anwendungsbereich der Grundrechte
 - III. Grundrechtsadressaten
 - IV. Drittwirkung von Grundrechten
- G. Überblick: Verwaltungsrecht
- H. Überblick: Recht der Europäischen Union
 - I. Grundlagen
 - II. Primär- und Sekundärrecht
 - III. Die EU-Organe im Überblick
- J. Grundlagen des BGB
 - I. Überblick über die "Bücher" des BGB
 - II. Grundlagen des Vertragsschlusses/ Allgemeiner Teil des BGB
 - III. Hinweise zum Schuldrecht - Allgemeiner Teil
 - IV. Hinweise zum Schuldrecht - Besonderer Teil
 - V. Hinweise zum Sachenrecht/ Familienrecht/ Erbrecht

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Degenhart, Christoph: Staatsrecht 1. Staatsorganisationsrecht, 32. Aufl. 2016

Detterbeck, Steffen: Öffentliches Recht: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, 10. Aufl. 2015

Haug, Volker: Staats- und Verwaltungsrecht: Fallbearbeitung, Übersichten, Schemata, 8. Aufl. 2013

Jung, Jost: BGB Allgemeiner Teil. Der Allgemeine Teil des BGB, 5. Aufl. 2016

Katz, Alfred: Grundkurs im Öffentlichen Recht, 18. Aufl. 2010

Maurer, Hartmut: Staatsrecht I: Grundlagen, Verfassungsorgane, Staatsfunktionen, 7. Aufl. 2016

Sodan, Helge/ Ziekow, Jan: Grundkurs Öffentliches Recht: Staats- und Verwaltungsrecht, 7. Aufl. 2016

Zippelius, Reinhold: Einführung in das Recht, 6. Aufl. 2011

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Informatik 2010

Bachelor Informatik 2013

Bachelor Maschinenbau 2008

Bachelor Mechatronik 2008

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Medienwirtschaft 2010

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Optronik 2008

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Werkstoffwissenschaft 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2009

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2010

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2011

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Biotechnische Chemie 2016

Master Technische Physik 2013

Einführung in das Medienrecht

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 552 Prüfungsnummer: 2500117

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2562																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Medienrechts zu verstehen (begriffliches Wissen). Dabei lernen sie die medienrelevanten Grundrechte wie die Meinungs- und Informationsfreiheit, die Medienfreiheiten, die Berufs- und Eigentumsfreiheit sowie das allgemeine Persönlichkeitsrecht zu analysieren, d.h. diese Grundrechte rechtswissenschaftlich zu prüfen und abzuwägen (verfahrensorientiertes Wissen). Ferner erlernen die Studierenden die Anwendung der Grundrechte einzelner Medien (Presse, Rundfunk, Multimedia) (begriffliches Wissen). Hierdurch werden die sie in die Lage versetzt, Erfolgsaussichten von medienrechtlichen Rechtsstreitigkeiten grob einzuschätzen und sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen zu können.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- I. Grundlagen des Medienrechts
 1. Verfassungsprinzipien
 2. Grundrechte der Medien
 3. Meinungsfreiheit
 4. Informationsfreiheit
 5. Pressefreiheit
 6. Rundfunkfreiheit
 7. Filmfreiheit
 8. Freiheiten Multimedia
 9. Berufsfreiheit
 10. Eigentumsfreiheit
 11. Grundzüge des Allgemeinen Persönlichkeitsrecht

II. Einzelne Medien

1. Presse
2. Rundfunk
3. Multimediarecht

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Lehrbücher

- Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung, aktuellste Auflage
Dörr, Dieter/ Schwartmann, Rolf: Medienrecht, aktuellste Auflage
Fechner, Frank: Medienrecht, aktuellste Auflage
Paschke, Marian: Medienrecht, aktuellste Auflage
Petersen, Jens: Medienrecht, aktuellste Auflage
Zur weiteren Vertiefung und zum Nachschlagen einzelner Probleme
Beater, Axel: Medienrecht, aktuellste Auflage
Prinz, Matthias/ Peters, Butz: Medienrecht: Die zivilrechtlichen Ansprüche, aktuellste Auflage
Rechtstext-Ausgaben
Fechner, Frank/ Mayer, Johannes C. (Hrsg.): Medienrecht. Vorschriftensammlung, aktuellste Auflage - Darf in

der Klausur verwendet werden.

Rechtsprechungssammlung

Fechner, Frank: Entscheidungen zum Medienrecht, aktuellste Auflage

Fallsammlungen

Fechner, Frank: Fälle und Lösungen zum Medienrecht, aktuellste Auflage

Peifer, Karl-Nikolaus/ Dörre, Tanja: Übungen im Medienrecht, aktuellste Auflage

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Medienwirtschaft 2010

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Projektmanagement

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 7480 Prüfungsnummer: 2400264

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):176			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										1 0 0						0 1 1														

Lernergebnisse / Kompetenzen

1. Kenntnis der Grundbegriffe und Modelle des Projektmanagements 2. Eigenständige Durchführung von Projekten 3. Verbesserung der Teamfähigkeit und Steigerung sozialer Kompetenz 4. Feedback und Input aus der Praxis

Vorkenntnisse

Inhalt

Unternehmens- und Absolventenstudien belegen die Notwendigkeit von Projektmanagementkompetenz im Berufsalltag. Die Vorlesung vermittelt wesentliche Grundbegriffe und Modelle des Projektmanagements. Das Seminar ist ein Angebot, welches die von den Unternehmen geforderte praktische Umsetzung der Projektmanagementmethodik fördert. Es vermittelt die wesentlichen Aspekte des Projektmanagements und wendet sie auf praktische Problemstellungen an. Dabei stehen weniger die theoretische Kenntnis der Literatur als die praktische Anwendung im Mittelpunkt.

Medienformen

Skript und weitere Materialien stehen auf der Veranstaltungswebseite zum Download bereit.

Literatur

Skript (s.o.)

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften

Modulnummer: 9137

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die grundlegenden Denkweisen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre sowie die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und können diese Kenntnisse in ihre betrieblichen Tätigkeiten einfließen lassen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzungen

Detailangaben zum Abschluss

Grundlagen der BWL

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 959 Prüfungsnummer: 2500115

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2524																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die grundlegenden Denkweisen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre (soweit sie nicht in anderen Lehrveranstaltungen vertieft behandelt werden) und können sie in ihren betrieblichen Tätigkeiten kompetenzerweiternd einfließen lassen.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- Die elementaren betrieblichen Produktionsfaktoren
- Unternehmensrechtsformen
- Unternehmenssteuern
- Betriebliches Rechnungswesen
- Betriebliche Finanzwirtschaft
- Unternehmenssteuerung

Medienformen

Presenter/Folien, Skript

Literatur

Jeweils in der neuesten Auflage:

Trost, Vorlesungsskript Ausgewählte Teilgebiete der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Schmalen/Prechtel, Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
Wöhe/Döring, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen, München

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Grundlagen der VWL

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 549 Prüfungsnummer: 2500144

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Fritz Söllner

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2543																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 1 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und besitzen erste mikroökonomische Kenntnisse. Darüber hinaus verstehen sie die Rolle der Wirtschaftspolitik in der Gesellschaft.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

In der Veranstaltung werden die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und mikroökonomische Kenntnisse anhand folgender Gliederung vermittelt: I. Einführung 1. Wirtschaft 2. Volkswirtschaft 3. Volkswirtschaftslehre II. Die Grundprobleme des Wirtschaftens 1. Die Güterproduktion in einer Periode 2. Die Güterproduktion über mehrere Perioden 3. Wirtschaftssysteme III. Wettbewerb und Marktwirtschaft 1. Die Preisbildung auf Märkten 2. Die Nachfrage durch Haushalte 3. Das Angebot durch Unternehmen 4. Die Lenkungsfunction der Preise IV. Wirtschaftspolitik 1. Wettbewerbspolitik 2. Die Versorgung mit öffentlichen Gütern 3. Umverteilungspolitik 4. Konjunkturpolitik

Medienformen

keine

Literatur

Bartling, H. und Luzius, F. (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 16. Aufl., München: Vahlen. Siebert, H. (2006): Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 15. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer. Söllner, F. (2001): Die Geschichte des ökonomischen Denkens, 3. Aufl., Berlin: Springer. Woll, A. (2003): Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 14. Aufl., München: Vahlen.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Medienmanagement

Modulnummer: 1073

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Nach Absolvieren dieses Moduls

- kennen Sie Besonderheiten von Medienmärkten und Medienunternehmen
- erklären Sie medienwirtschaftliche Probleme auf der Grundlage und mit der Hilfe eines gefestigten betriebswirtschaftlichen Fakten-, Theorie- und Methodenwissens
- nutzen Sie Ihr Wissen zur Lösung grundlegender medienwirtschaftlicher Aufgabenstellungen
- sind Sie in der Lage, neue medienwirtschaftliche Probleme zu charakterisieren und zu strukturieren
- beurteilen Sie betriebswirtschaftlich fundiert die Eignung von Lösungsvorschlägen für solche Probleme
- kennen Sie Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur als erfolgskritische Faktoren strategischen Handelns
- können Sie Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen auf Gesamtunternehmensebene und für Geschäftsbereiche formulieren
- können Sie Marketingstrategien (als die für TIMES-Unternehmen wichtigste funktionale Strategie) erklären
- können Sie die Rolle von Geschäftsmodellen als Scharnier zwischen strategischem und operativem Bereich beschreiben
- können Sie die Bedeutung und Ausgestaltung von Organisation und Personalmanagement für Medienunternehmen erklären
- können Sie die Rolle der Kommunikation in Innovationsprozessen erläutern

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Detailangaben zum Abschluss

Klausur 60 min

Medienmanagement 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 965

Prüfungsnummer: 2400265

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			2 1 0											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nach dieser Veranstaltung sollen Sie ...

- Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur als erfolgskritische Faktoren strategischen Handelns kennen.
- Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen auf Gesamtunternehmensebene und für Geschäftsbereiche formulieren können.
- Marketingstrategien (als die für TIMES-Unternehmen wichtigste funktionale Strategie) erklären können.
- die Rolle von Geschäftsmodellen als Scharnier zwischen strategischem und operativem Bereich beschreiben können.
- die Bedeutung und Ausgestaltung von Organisation und Personalmanagement für Medienunternehmen erklären können.
- Ihr erworbenes Wissen in der Praxis anwenden können.

Vorkenntnisse

Kenntnisse der Medienökonomie, des Medienmanagements (z.B. aus der Veranstaltung Medienmanagement I) und der allgemeinen BWL (z.B. aus der Veranstaltung BWL für AMW).

Inhalt

Es handelt sich um eine kombinierte Lehrveranstaltung (3 SWS | 4 LP), bestehend aus Vorlesung und Seminar. Die folgenden thematischen Schwerpunkte werden von den Lehrenden präsentiert, von Ihnen durch die Bearbeitung von Fallstudien vertieft und durch Praxisworkshops ergänzt.

A. Fallstudienforschung

B. Strategisches Management

1. Unternehmenspolitik & -kultur
2. Unternehmensgesamtstrategie & Geschäftsbereichsstrategie
3. Funktionale Strategien
4. Operatives Basiskonzept
5. Organisation & Personal

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

Literatur

- Albarran, Alan B./Chan-Olmsted, Sylvia M./Wirth, Michael O. (2006): Handbook of Media Management and Economics. New York [u.a.]: Lawrence Erlbaum Assoc. Inc.
- Aris, Annet/Bughin, Jacques (2009): Managing Media Companies: Harnessing Creative Value. 2. Auflage, Chichester: John Wiley & Sons.
- Gläser, Martin (2014): Medienmanagement. 3. Auflage, München: Vahlen.
- Küng, Lucy (2008): Strategic Management in the Media: From Theory to Practice. Los Angeles [u.a.]: SAGE Publ. Inc.
- Schreyögg, Georg / Koch, Jochen (2010): Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler.
- Wrona, Thomas (2005): Die Fallstudienanalyse als wissenschaftliche Forschungsmethode. ESCP-EAP Working Paper Nr. 10, ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule Berlin. Online unter: <http://www.escp.eu>

escpeurope.eu/uploads/media/TW_WP10_02.pdf [10.10.2014]

- Yin, Robert K. (2003): Case Study Research: Design and Methods. 3. Auflage, Sage: Thousand Oaks.
- Schmidt, Leo (2006): Der Fallstudienansatz als Forschungsstrategie. Kapitel 4 in: ders.: Technologie als Prozess, Diss., FU Berlin. Online unter: http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_000000002221/04_kap4.pdf?hosts [10.10.2014]

Detailangaben zum Abschluss

- Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation der Ergebnisse
- Einreichung der Fallstudien-Präsentation
- Einreichung der schriftl. Fallstudien-Lösung (10 Seiten)
- Anwesenheitspflicht im Seminarteil (max. zwei entschuldigte Fehltermine möglich)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Bachelor-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium

Modulnummer: 9141

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden können

- sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinandersetzen,
- eine Forschungsfrage formulieren,
- ein geeignetes Vorgehen entwerfen,
- die relevante Literatur recherchieren,
- eine geeignete Methode wählen,
- ihren Plan schriftlich sowie in einem Vortrag zur Diskussion stellen,
- ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse in einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit sowie in einem Vortrag niederlegen und darstellen und in der Diskussion abschließend verteidigen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Die Zulassung zur Bachelorarbeit setzt das Bestehen aller bis zum Ende des 5. Fachsemesters geforderten Prüfungs- und Studienleistungen voraus. Die Durchführung des Abschlusskolloquiums setzt das Bestehen aller weiteren geforderten Prüfungs- und Studienleistungen voraus.

Detailangaben zum Abschluss

Bachelorarbeit

Fachabschluss: Bachelorarbeit schriftlich 6 Monate Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 1060 Prüfungsnummer: 99001

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 16			Workload (h):480			Anteil Selbststudium (h):480			SWS:0.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			360 h											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinandersetzen, ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse schriftlich sowie in einem Vortrag darstellen und in der Diskussion verteidigen.

Vorkenntnisse

Vertieftes medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen; erweitertes medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen; erweitertes medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Mit der das Studium abschließenden Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit unter Beweis stellen, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen und das Vorgehen sowie die Ergebnisse schriftlich darzustellen.

Medienformen

ist eigenständig zu recherchieren bzw. zu erstellen

Literatur

Handreichung zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft; Weitere Literatur ist eigenständig zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Arbeit, mündliche Verteidigung 30 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Exposee und Kandidatenseminar

Fachabschluss: über Komplexprüfung Art der Notengebung: unbenotet
 Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzzählig

Fachnummer: 9140 Prüfungsnummer: 99002

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 0			Workload (h):0			Anteil Selbststudium (h):0			SWS:1.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			0 1 0											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig wissenschaftlich auseinandersetzen. Sie können eine Forschungsfrage formulieren, ein geeignetes Vorgehen entwerfen, die relevante Literatur recherchieren und eine geeignete Methode wählen. Sie können ihren Plan schriftlich sowie in einem Vortrag zur Diskussion stellen.

Vorkenntnisse

Vertieftes medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen; erweitertes medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen; erweitertes medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Anfertigen eines Exposees als Voraussetzung zur Ausgabe eines Themas der Bachelorarbeit, aktive Teilnahme am Kandidatenseminar des betreuenden Fachgebiets

Medienformen

es ist eigenständig zu recherchieren bzw. zu erstellen

Literatur

Handreichung zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft; Weitere Literatur ist eigenständig zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

regelmäßige Teilnahme

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objektypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung,Lehrveranstaltung,Unit)